

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai metode penelitian, identifikasi data, analisis data, target *audience* hingga kerangka penelitian yang akan digunakan dalam perancangan konten instagram BPR Artha Pamenang.

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan serta kegunaan tertentu [32]. Dalam metode penelitian ini penulis akan menguraikan mengenai jenis pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, jenis dan sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan dalam perancangan ini.

##### **3.1.1 Jenis Pendekatan**

Metode penelitian yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang dalam melihat suatu permasalahan lebih menekankan pada aspek pemahaman yang mendalam daripada melihat permasalahan secara umum [10]. Penelitian deskriptif merupakan pengumpulan informasi yang aktual secara terperinci dan melihat gejala-gejala yang ada di dalam penelitian serta mengidentifikasi data masalah yang sedang terjadi [33]. Alasan dipilihnya metode penelitian ini karena penulis akan mengumpulkan data melalui berbagai tahapan proses seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian data yang diperoleh akan dijabarkan secara mendalam.

##### **3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian**

Menurut sugiyono, objek penelitian adalah hal yang diteliti serta dianalisis dengan dilandasi oleh teori-teori yang akan digunakan [34]. Cakupan dalam objek penelitian merupakan ruang dalam aspek fisiknya, benda-benda yang terdapat di tempat itu, aktifitas yang

dikerjakan orang-orang, dan tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan penjelasan tersebut, objek penelitian dari perancangan penulis adalah BPR Artha Pamenang.

Sedangkan subjek penelitian kualitatif adalah mengamati orang-orang yang aktivitas serta apa yang dilakukan disuatu tempat tertentu [34]. Subjek penelitian dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang kegiatannya bersinggungan langsung dengan objek. Subjek penelitian pada perancangan ini adalah admin serta *content creator* Instagram BPR Artha Pamenang, dan nasabah Artha Pamenang.

### **3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder sebagai pengumpul data.

#### **a. Data Primer**

Menurut Suharshimi Arikunto, data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui interaksi seperti wawancara, observasi, ataupun metode lain yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi secara langsung dari partisipan atau objek penelitian [35]. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan salah satu pimpinan cabang BPR Artha Pamenang, serta melakukan observasi secara langsung.

#### **b. Data Sekunder**

Menurut Suharshimi Arikunto, mendefinisikan data sekunder sebagai jenis data yang didapat melalui instansi atau lembaga yang memiliki tanggung jawab dalam pengumpulan serta penyediaan data, seperti Badan Pusat Statistika atau lembaga lainnya yang serupa [35]. Data sekunder umumnya tidak diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber utama, melainkan didapatkan melalui publikasi, dokumen, ataupun sumber lainnya yang dapat diakses oleh peneliti. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh

melalui studi kepustakaan yang melibatkan pengambilan informasi dari jurnal, buku, dan sumber data yang tersedia di internet.

### **3.1.4 Informan Penelitian**

Menurut Sugiyono, informan penelitian ialah orang yang memiliki pemahaman secara mendalam mengenai objek penelitian serta memiliki kemampuan untuk memberikan penjelasan yang terperinci mengenai topik penelitian [34]. Informan dapat disebut juga dengan narasumber. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis menetapkan beberapa informan pada penelitian ini, di antaranya:

#### **a. Informan 1**

Nama : Suwanto  
Usia : 49 tahun  
Domisili : Pare, Kediri  
Posisi : Pimpinan Cabang BPR Artha Pamenang

#### **b. Informan 2**

Nama : Satriadi Purwanto  
Usia : 42 tahun  
Domisili : Pare, Kediri  
Posisi : *Content creator* Instagram BPR Artha Pamenang

#### **c. Informan 3**

Nama : Suci Legawati  
Usia : 40 tahun  
Domisili : Bangsal, Kediri  
Posisi : Nasabah BPR Artha Pamenang

#### **d. Informan 4**

Nama : Shaikudin  
Usia : 50 tahun  
Domisili : Pare, Kediri  
Posisi : Nasabah BPR Artha Pamenang

**e. Informan 5**

Nama : Riska Gita  
Usia : 28 tahun  
Domisili : Banyakan, Kediri  
Posisi : Nasabah BPR Artha Pamenang

Alasan dipilihnya Bapak Suwanto sebagai informan dikarenakan Bapak Suwanto dapat memberikan informasi secara mendalam terkait BPR Artha Pamenang. Kemudian dipilihnya Bapak Satriadi Purwanto sebagai informan karena dapat memaparkan masalah-masalah yang terjadi dalam pembuatan konten Instagram BPR Artha Pamenang. Selain itu, penulis juga menetapkan Ibu Suci Legawati, Bapak Shaikudin, dan Ibu Riska Gita sebagai informan dikarenakan Ibu Riska Gita memiliki sudut pandang tersendiri sebagai nasabah dari BPR Artha Pamenang.

**3.1.5 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya berupa observasi, wawancara, dan studi pustaka.

**a. Observasi**

Menurut sugiyono, metode ini melibatkan pengguna panca indra untuk memantau serta mengamati lingkungan atau situasi penelitian. Data yang diperoleh melalui metode ini mencakup informasi mengenai lokasi, waktu, aktor yang terlibat, kegiatan, peristiwa, serta perasaan [34]. Observasi dapat juga diartikan dengan pengamatan. Penelitian ini melibatkan pengamatan dengan mengunjungi secara langsung ke BPR Artha Pamenang yang terletak di Jalan Pb. Sudirman No. 6 Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

**b. Wawancara**

Menurut Joko Subagyo, wawancara ialah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung

dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber [36]. Jenis wawancara yang akan diterapkan adalah dengan menggunakan wawancara semi terstruktur. Wawancara semi-struktur merupakan suatu teknik wawancara di mana sebagian besar pertanyaan yang disusun oleh pewawancara telah dipersiapkan sebelumnya, namun masih memberikan kesempatan untuk menambahkan pertanyaan ekstra atau menyesuaikannya seiring berjalannya wawancara [37]. Alasan menggunakan jenis wawancara ini adalah untuk memberikan fleksibilitas ketika sedang wawancara dan penulis ingin melihat pola obrolan dengan narasumber. Pada penelitian ini, penulis melakukan wawancara secara langsung dengan Bapak Suwanto selaku pimpinan cabang dari BPR Artha Pamenang, Bapak Satriadi Purwanto selaku *content creator* Instagram BPR Artha Pamenang serta Ibu Suci Legawati, Bapak Shaikudin, dan Ibu Riska Gita selaku nasabah dari BPR Artha Pamenang. Wawancara dilakukan agar mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait BPR Artha Pamenang.

### c. Studi Literatur

Studi literatur merupakan kegiatan mencari referensi teori yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Pada penelitian ini, studi literatur digunakan sebagai data serta informasi tambahan mengenai penelitian yang berkaitan dengan perancangan penulis. Studi literatur dapat berupa buku, jurnal, situs web, dan lain sebagainya.

### 3.1.6 Teknik Analisis Data

Metode yang akan digunakan penulis untuk menganalisis data adalah analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari empat poin yang ada dalam metode ini, yaitu *strength* yang berarti kekuatan, *Weakness* yang berarti kelemahan, *opportunity* yang berarti peluang, serta *threats* yang berarti ancaman [38]. Dipilihnya metode analisis SWOT karena penulis ingin mengetahui tentang kekuatan, kelemahan,

peluang, serta ancaman di dalam BPR Artha Pamenang dan para kompetitornya. Selain itu, tujuan lain dari penggunaan SWOT ialah untuk mengetahui *unique selling point* (USP) dan *positioning* objek penelitian penulis. Hasil dari analisis data selanjutnya akan dijadikan sebagai pedoman serta acuan dalam perancangan konten Instagram BPR Artha Pamenang.

### 3.2 Identifikasi Data

Dalam identifikasi data, berisi pemaparan mengenai profil dan sejarah instansi terkait yang menjadi objek penelitian dari perancangan penulis. Terlepas dari hal itu, terdapat juga studi kompetitor yang di dalamnya terdapat uraian mengenai kompetitor dari instansi yang dikaji pada perancangan ini.

#### 3.2.1 Profil Instansi

Nama Instansi	: BPR Artha Pamenang
Alamat Instansi	: Jalan Pb. Sudirman No. 6 Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur
Telepon	: (0354) 399 399 / (0354) 394 394
Instagram	: @bprarthapamenang

PT. BPR Artha Pamenang adalah instansi yang bergerak dibidang keuangan dan pembiayaan. BPR Artha Pamenang berdiri pada tanggal 25 Mei 1989 dan mulai beroperasi pada tanggal 10 November 1989 dibawah pengawasan dari OJK. BPR Artha Pamenang awalnya memiliki nama BPR Dana Karya, kemudian pada tanggal 23 Juni 1989 berubah menjadi BPR Artha Pamenang. BPR Artha Pamenang kantor pusat berlokasi di Jalan Pb. Sudirman No. 6 Pare, Kabupaten Kediri Jawa Timur.

BPR Artha Pamenang merupakan BPR terbesar se-Kabupaten Kediri. Menurut Pimpinan cabang dari BPR Artha Pamenang, nama dari Artha Pamenang ini berasal dari kata Artha

dan Pamenang. *Artha* memiliki arti dalam bahasa jawa yaitu bearti uang, dimana arti kata uang ini menginterpretasikan bank. Namun pada filsafat Hindu *Artha* memiliki arti sebagai makna hidup [39]. Sedangkan Pamenang memiliki arti sebagai pemenang. Jadi Artha Pamenang secara bahasa berarti Pemenang Uang, sedangkan secara istilah Artha Pamenang memiliki arti kemenangan dalam hidup dengan memiliki uang yang cukup. BPR Artha Pamenang saat ini mengoprasikan 10 kantor cabang serta 21 kantor kas yang terletak di berbagai lokasi di wilayah Karesidenan Kediri, yaitu Kabupaten Kediri, Kota Kediri, Kabupaten Jombang, Kota Caruban, Kota Warujayeng, dan Kabupaten Nganjuk.

BPR Artha Pamenang memiliki visi menjadi BPR terkemuka, sehat, aman, kuat, dan terpercaya dan memiliki misi Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan masyarakat baik usaha mikro, kecil, dan menengah, peningkatan kualitas pengelolaan dan oprasional BPR sesuai dengan kaidah-kaidah perbankan serta praktek manajemen yang profesional dan sehat, Peningkatan kualitas dan pendayagunaan aset BPR baik yang berwujud dan tak berwujud melalui SDM, teknologi, sistem manajemen, jaringan yang unggul untuk menunjang pertumbuhan dan perkembangan usaha, penyediaan produk (jasa) yang mampu memberikan nilai tambah (nilai manfaat optimal) bagi masyarakat, dan peningkatan kesejahteraan bagi karyawan, manajemen, dan pemilik.

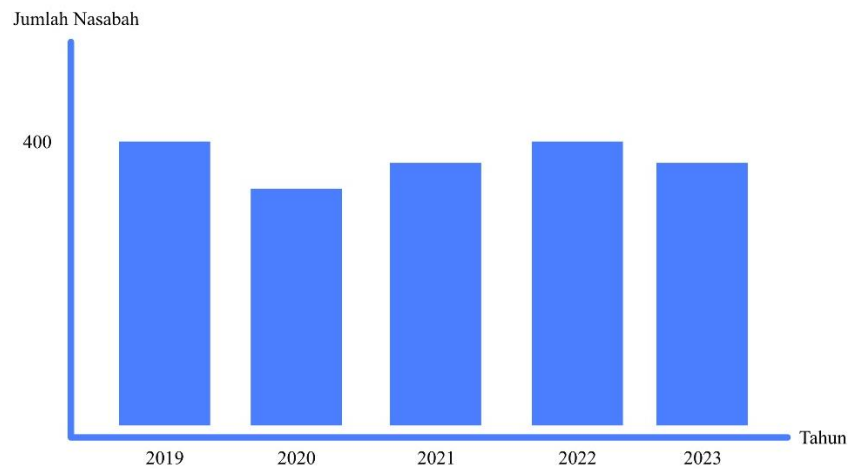
Meskipun BPR Artha Pamenang merupakan BPR terbesar se-Kabupaten Kediri, strategi promosi yang dilakukan oleh BPR Artha Pamenang masih melalui mulut ke mulut dan media cetak saja. Promosi dari BPR Artha Pamenang juga dilakukan secara *door to door* dan terkadang para pegawai dari BPR Artha Pamenang juga melakukan promosi melalui *stories* pada aplikasi whatsapp, dengan menggunakan *caption* buatan dari para pegawai BPR Artha Pamenang sendiri dimana *caption* tersebut tidak ada kandungan

unsur promosinya. Hal tersebut diperkuat dari hasil wawancara bersama para nasabah BPR Artha Pamenang, dimana nasabahnya menyebutkan bahwa mengetahui mengenai BPR Artha Pamenang dari tetangga dan keluarga.

Akibat dari bentuk promosi tersebut jangkauan yang dihasilkan menjadi terlalu sempit, mengakibatkan para nasabah dari BPR Artha Pamenang menjadi kurang akan informasi seputar promosi yang dilakukan serta promosi yang dilakukan melalui *stories* pada aplikasi Whatsapp hanya dapat diketahui oleh nasabah yang saling menyimpan nomor Whatsapp dengan pegawai BPR Artha Pamenang. Selain itu promosi yang saat ini masih dilakukan oleh BPR Artha Pamenang yaitu penyebaran brosur promosi ke masyarakat sekitar. Penyebaran brosur tersebut dinilai tidak efektif dan tidak tepat pada sasarannya, karena tidak semua masyarakat sekitar dari BPR Artha Pamenang adalah pelaku UMKM, dimana pelaku UMKM adalah target market dari BPR Artha Pamenang. Terlepas dari hal tersebut, penggunaan promosi dengan menyebarkan brosur ke masyarakat sekitar terlalu membuang waktu dan biaya.

Metode promosi yang saat ini dilakukan oleh BPR Artha Pamenang kurang efektif untuk menggaet para calon nasabah baru, karena jangkauannya kurang luas, terlalu banyak membuang waktu dan biaya serta promosinya tidak tepat pada sasarannya. Selain itu pimpinan dari BPR Artha Pamenang juga memaparkan bahwa jumlah nasabah yang masuk tiap tahunnya tidak stabil mengani bertambah dan berkurangnya. Ketidakstabilan tersebut juga tidak signifikan, dapat dikatakan BPR Artha Pamenang mengalami *stuck* dalam menggaet calon nasabah.





**Grafik 3. 1** Grafik nasabah BPR Artha Pamenang  
 Sumber : Dokumentasi pribadi

Untuk menunjang ketidakstabilan dan keefektifan promosi dari BPR Artha Pamenang perlu dilakukan promosi dengan jangkauan yang lebih luas, hemat tenaga, dan hemat biaya. Promosi yang efektif adalah menggunakan promosi melalui media sosial Instagram. Media sosial instagram dari BPR Artha Pamenang memang sudah ada namun unsur visual yang digarap tidak mencerminkan identitas visual dari BPR Artha Pamenang, dan konten yang ada dalam Instagram BPR Artha Pamenang kurang kreatif dan informatif serta tidak ada strategi promosi yang diterapkan dalam menggunakan media sosial Instagram BPR Artha Pamenang. Hal tersebut diungkapkan langsung pada sesi wawancara bersama atasan dari BPR Artha Pamenang, bahwa konten instagram dari BPR Artha Pamenang memang tidak ada strategi promosi dan tidak mencerminkan konsep serta identitas visual dari BPR Artha Pamenang itu sendiri dikarenakan memang belum ada SDM yang mumpuni untuk membuat konsep dan startegi promosi media sosial instagram dari BPR Artha Pamenang. *Caption* pada setiap postingan dari akun media sosial instagram BPR Artha Pamenang kurang mengandung unsur promosi dan tidak memaksimalkan penggunaan tagar dengan baik pada *caption*. Selain itu akun Instagram BPR

Artha Pamenang juga sangat jarang membuat *stories* pada instagramnya dan *reels* yang dibuat oleh BPR Artha Pamenangpun tidak memiliki konsep yang jelas. Hal tersebut mengakibatkan akun Instagram dari BPR Artha Pamenang menjadi seperti akun tidak aktif dan kurang menarik untuk dicari tahu oleh para *audiens*.

#### **a. Produk**

BPR Artha Pamenang memiliki beberapa produk yang ditawarkan. Produknya sama dengan BPR lainnya, namun di BPR Artha Pamenang memberi nama produk agar dapat memberikan kesan yang berbeda ditelinga masyarakat. Produk dari Artha Pamenang berupa Sidia (simpanan di BPR Artha Pamenang), Kredia (kredit di BPR Artha Pamenang), dan Depodia (deposito di BPR Artha Pamenang). Terlepas dari visi dan misi hingga produk yang ditawarkan, BPR Artha Pamenang memiliki bunga pokok bank hanya sebesar 1,25%. BPR Artha Pamenang memiliki 3 jenis kredit yang disediakan, yaitu kredit konsumsi (kebutuhan pribadi), kredit modal (modal usaha), dan kredit investasi (kebutuhan investasi). Syarat untuk pengajuan kredit pada BPR Artha Pamenang tergolong mudah, yaitu hanya menyerahkan fotokopi KTP, KK/surat nikah, STNK, BPKB, dan sertifikat (jika jaminan SHM).

#### **b. Studi Visual**

Dalam studi visual yang akan dipaparkan, jenis promosi yang telah dilakukan oleh BPR Artha Pamenang sebelumnya. Promosi tersebut berupa konten Instagram yang telah ada sejak tahun 2018. Namun konten Instagram dari BPR Artha Pamenang belum memiliki *impact* yang signifikan, hal ini ditandai dengan jumlah *followers* yang masih berjumlah 1.243 dan *insight* yang ditunjukkan dalam Instagram BPR Artha Pamenang terkesan tidak interaktif dengan minimnya orang yang berkomentar serta memberikan *like* setiap konten dari BPR Artha Pamenang. Selain itu terdapat media promosi seperti logo, brosur, banner, plang, dan kaos.

Serta penyebaran promosi brosur tidak hanya dilakukan secara cetak fisik namun juga dilakukan melalui *stories* Whatsapp pada setiap pegawai BPR Artha Pamenang.



## **BANK ARTHA PAMENANG**

**Gambar 3.1** Logo BPR Artha Pamenang  
Sumber : Dokumentasi Pribadi



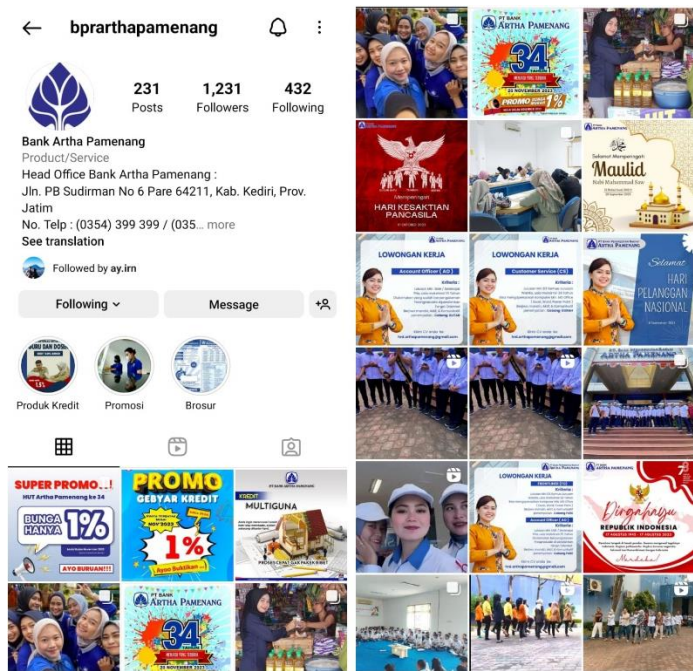
**Gambar 3.2** Kantor pusat BPR Artha Pamenang  
Sumber : Dokumentasi pribadi



Gambar 3.3 Brosur promosi BPR Artha Pamenang  
Sumber : Dokumentasi pribadi



Gambar 3.4 Stories whatsapp pegawai BPR Artha Pamenang  
Sumber : Dokumentasi pribadi



**Gambar 3.5** Konten instagram BPR Artha Pamenang  
 Sumber : Instagram BPR Artha Pamenang



**Gambar 3.6** Plang BPR Artha Pamenang  
 Sumber : Dokumentasi pribadi



**Gambar 3.7** Kaos BPR Artha Pamenang  
Sumber : Dokumentasi pribadi



**Gambar 3.8** Banner BPR Artha Pamenang  
Sumber : Instagram BPR Artha Pamenang

### 3.2.2 Studi kompetitor

#### a. BPR Berkah Pakto

Nama Instansi : BPR Berkah Pakto  
Alamat Instansi :Jalan Jombang No. 802 Kandangan,  
Kabupaten Kediri, Jawa Timur  
Telepon : (0354) 326321  
Instagram : @bpr\_berkahpakto

BPR Berkah Pakto merupakan salah satu instansi yang bergerak pada bidang keuangan dan pembiayaan. BPR Berkah Pakto

berkantor pusat di Jalan Jombang 802 Kandangan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Saat ini BPR Berkah Pakto memiliki 3 kantor cabang dan 7 kantor kas yang tersebar di Kediri, Tulungagung, Trenggalek, dan Wlingi. BPR Berkah Pakto memiliki visi menumbuhkan UMKM menuju perekonomian masyarakat mandiri dan misi sebagai BPR termudah dalam penguatan permodalan ekonomi lokal.

#### **a. Produk**

BPR berkah Pakto memiliki produk yang ditawarkan berupa tabungan, kredit, dan deposito. BPR Berkah Pakto memasang bunga pokok bank sebesar 1,5%. Syarat untuk pengajuan pinjaman atau kredit di BPR Berkah Pakto ialah dengan menyerahkan fotokopi berupa, KTP, KK, surat nikah (bagi yang sudah menikah), SIUP/TDP (bagi wirausaha), slip gaji 3 bulan terakhir (bagi pegawai), rekening bank 3 bulan terakhir, dan jaminan (SHM atau BPKB). BPR Berkah Pakto cara mempromosikan produknya masih menggunakan brosur cetak dan mulut ke mulut, belum beralih ke promosi media digital khususnya media sosial Instagram. BPR Berkah Pakto sudah memiliki akun instagram aktif, namun didalamnya masih belum ada kekonsistenan promosi serta desainnya belum berirama satu sama lain.

#### **b. Studi Visual**

Dalam studi visual yang akan dipaparkan, jenis promosi yang telah dilakukan oleh BPR Berkah Pakto sebelumnya. Promosi tersebut berupa konten Instagram yang telah ada sejak tahun 2019. Namun konten Instagram dari BPR Berkah Pakto belum memiliki *impact* yang signifikan, hal ini ditandai dengan jumlah *followers* yang masih sebanyak 227 dan *insight* yang ditunjukkan dalam Instagram BPR Berkah Pakto terkesan tidak interaktif dengan minimnya orang yang berkomentar serta memberikan *like* setiap



konten dari BPR Berkah Pakto. Selain itu terdapat media promosi seperti logo, brosur, banner, plang, dan kaos.

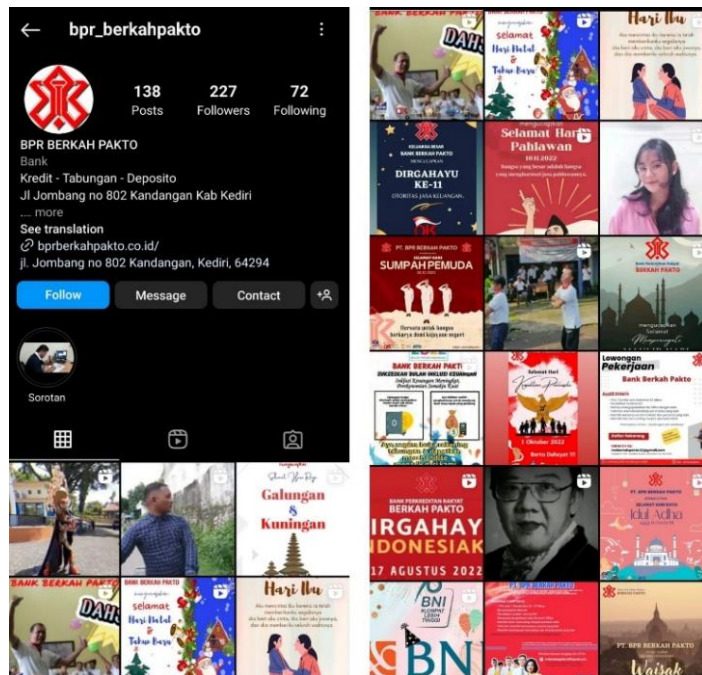


**Gambar 3.9** Logo BPR Berkah Pakto  
Sumber : <https://inklusiveuangan.id/lembaga/78/promo>



**Gambar 3.10** Kantor pusat BPR Berkah Pakto  
Sumber : Dokumentasi pribadi





Gambar 3.11 Konten Instagram BPR Berkah Pakto  
 Sumber : Instagram BPR Berkah Pakto

Bank Perkreditan Rakyat  
**BERKAH PAKTO** Kantor Cabang Bitar  
 Jl. Hayam Wuruk 49 Wlingi (0342) 692592  
 Jl. Raya Penataran 01 Nglegok Bitar (0342) 450304

PINJAMAN	ANGSURAN PER BULAN SISTEM FLAT ( BUNGA TETAP - POKOK )						Angsuran Normal Non Promo
	10 Bulan	12 Bulan	15 Bulan	18 Bulan	24 Bulan	30 Bulan	
Rp. 3.000.000	340.500	290.500	240.500	-	-	-	-
Rp. 4.000.000	454.000	387.333	320.667	-	-	-	-
Rp. 5.000.000	567.500	484.167	400.833	352.778	-	-	-
Rp. 6.000.000	681.000	581.000	481.000	423.333	-	-	-
Rp. 7.000.000	794.500	677.833	561.167	493.889	-	-	-
Rp. 8.000.000	908.000	774.667	641.333	564.444	-	-	-
Rp. 9.000.000	1.021.500	871.500	721.500	635.000	-	-	-
Rp. 10.000.000	1.125.000	958.333	791.667	690.556	551.667	-	-
Rp. 11.000.000	1.237.500	1.054.167	870.833	759.611	606.833	-	-
Rp. 12.000.000	1.350.000	1.150.000	950.000	828.667	662.000	-	-
Rp. 13.000.000	1.462.500	1.245.833	1.029.167	897.722	717.167	-	-
Rp. 14.000.000	1.575.000	1.341.667	1.108.333	966.778	772.333	-	-
Rp. 15.000.000	1.687.500	1.437.500	1.187.500	1.035.833	827.500	-	-
Rp. 16.000.000	1.800.000	1.533.333	1.266.667	1.104.889	882.667	-	-
Rp. 17.000.000	1.912.500	1.629.167	1.345.833	1.173.944	937.833	-	-
Rp. 18.000.000	2.025.000	1.725.000	1.425.000	1.243.000	993.000	-	-
Rp. 19.000.000	2.137.500	1.820.833	1.504.167	1.312.056	1.048.167	-	-
Rp. 20.000.000	2.250.000	1.916.667	1.583.333	1.381.111	1.103.333	996.667	-
Rp. 25.000.000	2.587.500	2.204.167	1.820.833	1.588.278	1.268.833	1.077.167	-
Rp. 30.000.000	3.210.000	2.395.833	1.979.167	1.726.389	1.379.167	1.170.833	-
Rp. 35.000.000	3.375.000	2.875.000	2.375.000	2.071.667	1.655.000	1.405.000	-
Rp. 40.000.000	4.500.000	3.833.333	3.166.667	2.762.222	2.206.667	1.873.333	-
Rp. 50.000.000	5.625.000	4.791.667	3.958.333	3.452.778	2.758.333	2.341.667	2.063.889
Rp. 75.000.000	8.437.500	7.187.500	5.937.500	5.179.167	4.137.500	3.512.500	3.095.833
Rp. 100.000.000	11.250.000	9.583.333	7.916.667	6.905.556	5.516.667	4.683.333	4.127.778

TERSEDIA JUGA SISTEM MUSIMAN ( ANGSUR BUNGA SAJA SETIAP BULAN )

- Bunga hanya 22rb/ban / 1 Juta
- Tenor 6 bulan
- Bisa diperpanjang saat jatuh tempo

**SYARAT PENGAJUAN :**

- KTP dan Domisili Bitar
- Jaminan BPKB Motor Minim tahun 2012
- Jaminan BPKB Mobil Minim tahun 1995
- SHM Atas nama sendiri

**BERKAS YANG DIBUTUHKAN :**

- Fotocopy KTP Suami Istri / Pendamping, KK, Surat Nikah (jika sudah menikah) 3 lembar
- Fotocopy STNK Terbaru 3 lembar
- Fotocopy BPKB 3 lembar
- Fotocopy SHM (jika Jaminan SHM)

**SEMAKIN DEKAT, SEMAKIN CEPAT**

Jl. Hayam Wuruk 49 Wlingi (0342) 692592 — @0812-3330-3455 — bertu.wilingi@yahoo.com  
 Jl. Raya Penataran 01 Nglegok Bitar (0342) 450304 — @0858-5957-1712 — bertonglegok@gmail.com

Gambar 3.12 Brosur BPR Berkah Pakto  
 Sumber : Instagram BPR Berkah Pakto



**Gambar 3.13** Banner BPR Berkah Pakto  
Sumber : Instagram BPR Berkah Pakto



**Gambar 3.14** Kaos BPR Berkah Pakto  
Sumber : Instagram BPR Berkah Pakto



**Gambar 3.15** Plang BPR Berkah Pakto  
Sumber : Dokumentasi pribadi

#### **b. BPR Bhapertim Persada**

Nama Instansi : BPR Bhapertim Persada  
Alamat Instansi :Jalan Raya 234 Mojoagung, Kabupaten  
Jombang, Jawa Timur  
Telepon : (0321) 495226  
Instagram : @bprbhapertimpersada

BPR Bhapertim Persada merupakan instansi yang bergerak dibidang keuangan dan pembiayaan. BPR Bhapertim Persada sudah beroperasi sejak tahun 1991. BPR Bhapertim berpusat di Jalan Raya 234 Mojoagung, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. BPR Bhapertim memiliki 2 kantor cabang dan 4 kantor kas yang tersebar di Kabupaten Jombang dan Kabupaten Kediri. BPR Bhapertim Persada memiliki visi menjadi BPR sehat, tumbuh dan berkembang yang menjadi pilihan utama masyarakat berpendapatan menengah

kebawah dan pelaku usaha UMKM di Jawa Timur dalam pemenuhan kebutuhan layanan keuangan yang profesional dan misi memberikan solusi keuangan bagi masyarakat untuk meningkatkan nilai tambah dan kesejahteraan bagi pemilik usaha produktif, pegawai maupun profesional.

#### **a. Produk**

Terlepas dari visi dan misinya BPR Bhapertim Persada memasang bunga pokok bank sebesar 1,75%. BPR Bhapertim Persada memiliki produk yang sama dengan BPR lainnya, namun penamaannya berbeda, seperti Tampan (tabungan masa depan), Simas (simpanan anak sekolah), Tanaspin (tabungan nasabah pinjaman), Tabungan berjangka, dan Deposito berjangka. Sistem promosi produk dari BPR Bhapertim Persada masih menggunakan brosur cetak dan mulut ke mulut, belum beralih ke promosi media digital khususnya media sosial Instagram. BPR Bhapertim Persada sudah memiliki akun instagram aktif, namun didalamnya masih belum ada kekonsistenan promosi serta desainnya belum berirama satu sama lain. Profil akun Instagram dari BPR Bhapertim Persada juga tidak lengkap mengenai identitas BPR itu sendiri.

#### **b. Studi Visual**

Dalam studi visual yang akan dipaparkan, jenis promosi yang telah dilakukan oleh BPR Bhapertim Persada sebelumnya. Promosi tersebut berupa konten Instagram yang telah ada sejak tahun 2022. Namun konten Instagram dari BPR Bhapertim Persada belum memiliki *impact* yang signifikan, hal ini ditandai dengan jumlah *followers* yang masih sebanyak 106 dan *insight* yang ditunjukkan dalam Instagram BPR Bhapertim Persada terkesan tidak interaktif dengan minimnya orang yang berkomentar serta memberikan *like* setiap konten dari BPR Bhapertim Persada. Selain itu terdapat media promosi seperti logo, brosur, banner, plang, dan kaos.

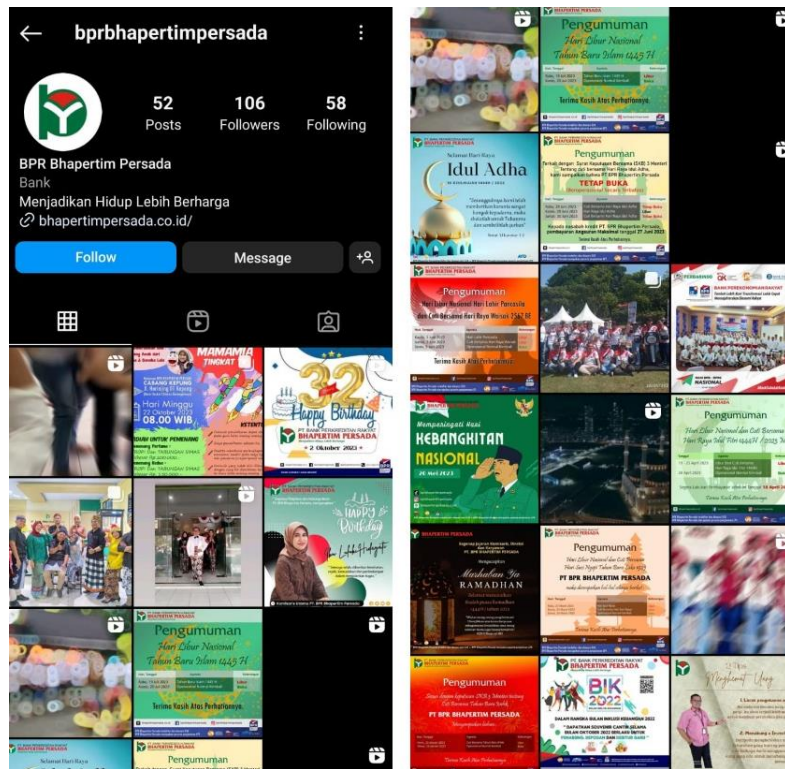


**Gambar 3.16** Logo BPR Bhapertim Persada  
Sumber : <https://www.bhapertimpersada.co.id/>



**Gambar 3.17** Kantor pusat BPR Bhapertim Persada  
Sumber : Google maps





Gambar 3.18 Konten Instagram BPR Bhapertim Persada  
 Sumber : Instagram BPR Bhapertim Persada

### TABEL ILUSTRASI TABUNGAN BERKA

NOMINAL	JANGKA WAKTU		
	12bln	24bln	36bln
50.000	613.812,50	1.258.375,00	1.938.750,00
100.000	1.227.625,00	2.518.750,00	3.877.500,00
150.000	1.841.437,50	3.778.125,00	5.816.250,00
200.000	2.455.250,00	5.037.500,00	7.755.000,00
250.000	3.069.062,50	6.296.875,00	9.693.750,00
300.000	3.682.875,00	7.556.250,00	11.541.000,00
350.000	4.296.687,50	8.815.625,00	13.444.375,00
400.000	4.910.500,00	10.075.000,00	15.348.000,00
450.000	5.524.312,50	11.275.940,00	17.250.000,00
500.000	6.138.125,00	12.516.562,00	19.153.750,00
550.000	6.751.937,50	13.762.122,00	21.062.708,00
600.000	7.365.750,00	15.007.050,00	22.971.000,00
650.000	7.979.562,50	16.251.462,00	24.878.750,00
700.000	8.593.375,00	17.495.478,00	26.786.083,00
750.000	9.207.187,50	18.739.217,00	28.693.125,00
800.000	9.821.000,00	19.983.500,00	30.600.000,00
850.000	10.434.812,50	21.231.725,00	32.512.500,00
900.000	11.048.625,00	22.480.646,00	34.423.000,00
950.000	11.662.437,50	23.723.577,00	36.331.167,00
1.000.000	12.276.250,00	24.972.167,00	38.243.333,00

PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT  
BHAPERTIM PERSADA

**Tabungan BERKA**

**SUKU BUNGA MENARIK setara BUNGA DEPOSITO**

**DANA ANDA AMAN Tabungan BERKA**

**KEUNTUNGAN LAINNYA**

- ✓ Tidak dikenakan biaya administrasi bulanan
- ✓ Jumlah setoran bulanan sukla sukla, minimal Rp 50 ribu/bulan
- ✓ Layanan penjemputan setoran (pick up service) dengan perangkat mobile collection dikamir kota
- ✓ Setoran tabungan bisa dilakukan di seluruh kantor BPR Bhapertim Persada (Online)
- ✓ Jangka waktu Berka mulai dari 12 bulan hingga 36 bulan
- ✓ Mendapatkan laporan saldo rekening setiap tri wulan

**PERSYARATAN MUDAH**

- ✓ Fotokopi KTP
- ✓ Mengisi Formule pembukaan tab BERKA

Informasi lebih lanjut hub BPR BHAPERTIM PERSADA

Gambar 3.19 Brosur BPR Bhapertim Persada  
 Sumber : Instagram BPR Bhapertim Persada



**Gambar 3.20** Kaos BPR Bhapertim Persada  
Sumber : Instagram BPR Bhapertim Persada



**Gambar 3.21** Plang BPR Bhapertim Persada  
Sumber : Google maps



**Gambar 3.22** Banner BPR Bhapertim Persada  
Sumber : Google maps

### c. BPR Bina Reksa Karyaartha

Nama Instansi : BPR Bina Reksa Karyaartha  
Alamat Instansi :Jalan Ahmad Yani No. 10 Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur  
Telepon : (0354) 391032  
Instagram : @bank\_brk

BPR Bina Reksa Karyaartha merupakan instansi yang bergerak dibidang keuangan dan pembiayaan. BPR Bina Reksa Karyaartha beroperasi sejak tanggal 13 Desember 1998 dan saat ini berlokasi di Jalan Ahmad Yani No. 10 Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. BPR Bina Reksa Karyaartha memiliki 4 kantor cabang dan 10 kantor kas yang tersebar diwilayah Kabupaten Kediri, Kabupaten Tulungagung, dan Kabupaten Blitar. BPR Bhapertim Persada memiliki visi menjadi BPR yang tangguh, profesional, dan merakyat sehingga tumbuh menjadi besar dan bermanfaat untuk semua dan misi menjalankan aktivitas BPR yang sehat dengan mengutamakan pelayanan kepada UMKM untuk bersama meraih kesuksesan, memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pemegang saham, karyawan, nasabah, dan pemerintah, dan memelihara dan meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan budaya kerja karyawan, sehingga dapat meningkatkan kinerja BPR.



### **a. Produk**

BPR Bina Reksa Karyaartha memiliki produk yang ditawarkan berupa tabungan, kredit, dan deposito. BPR Bina Reksa Karyaartha memasang bunga pokok sebesar 1,5%. Syarat untuk pengajuan pinjaman atau kredit yang diberikan oleh BPR Bina Reksa Karyaartha ialah dengan memberikan fotokopi KTP, KK, surat nikah (bagi yang sudah menikah), PBB/IMB, SIUP/TDP (bagi wirausaha), slip gaji 3 bulan terakhir (bagi pegawai), rekening bank 3 bulan terakhir, jaminan (SHM, SHGB, dan BPKB). BPR Bina Reksa Karyaartha cara melakukan promosinya masih menggunakan brosur cetak dan mulut ke mulut, belum beralih ke promosi media digital khususnya media sosial Instagram. BPR Bina Reksa Karyaartha sudah memiliki akun Instagram aktif, namun di dalamnya masih belum ada kekonsistenan promosi serta desainnya belum berirama satu sama lain.

### **b. Studi Visual**

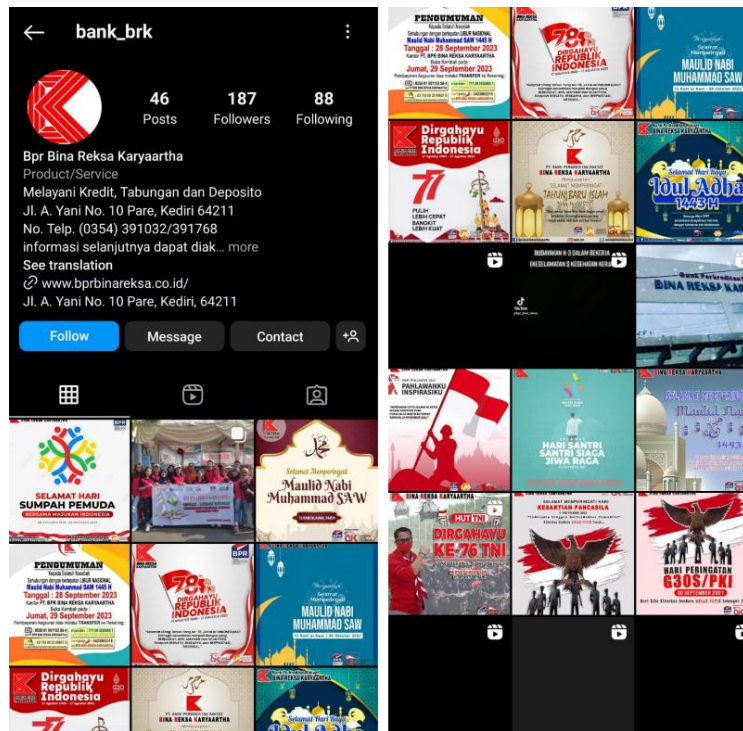
Dalam studi visual yang akan dipaparkan, jenis promosi yang telah dilakukan oleh BPR Bina Reksa Karyaartha sebelumnya. Promosi tersebut berupa konten Instagram yang telah ada sejak tahun 2019. Namun konten Instagram dari BPR Bina Reksa Karyaartha belum memiliki *impact* yang signifikan, hal ini ditandai dengan jumlah *followers* yang masih sebanyak 187 dan *insight* yang ditunjukkan dalam Instagram BPR Bina Reksa Karyaartha terkesan tidak interaktif dengan minimnya orang yang berkomentar serta memberikan *like* setiap konten dari BPR Bina Reksa Karyaartha. Selain itu terdapat media promosi seperti logo, brosur, banner, plang, dan kaos.



**Gambar 3.23** Logo BPR Bina Reksa Karyaartha  
Sumber : <https://bpr-bina-reksa-karyaartha.business.site/>



**Gambar 3.24** Kantor pusat BPR Bina Reksa Karyaartha  
Sumber : <https://inklusi keuangan.id/lembaga/72>



**Gambar 3.25** Konten Instagram BPR Bina Reksa Karyaartha  
 Sumber : Instagram BPR Bina Reksa Karya Artha



**Gambar 3.26** Plang BPR Bina Reksa Karyaartha  
 Sumber : Google maps



**Gambar 3.27** Banner BPR Bina Reksa Karya Artha  
 Sumber : Instagram BPR Bina Reksa Karya Artha



**Gambar 3.28** Kaos BPR Bina Reksa Karya Artha  
 Sumber : Instagram BPR Bina Reksa Karya Artha

### 3.3 Analisis Data

#### 3.3.1 Analisis SWOT

Analisis Data	BPR Artha Pamenang	BPR Berkah Pakto	BPR Bhaperthim Persada	BPR Bina Reksa Karya Artha
<b>Strenght (Kekuatan)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BPR terbesar se-Kabupaten Kediri.</li> <li>- Bunga Bank paling kecil.</li> <li>- Kantor tersebar di wilayah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Website memiliki visual yang baik.</li> <li>- Kantor tersebar di wilayah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nama produk berbeda dengan yang lain.</li> <li>- Kantor tersebar di wilayah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kantor tersebar di wilayah Kabupaten Kediri.</li> </ul>

	<p>Kabupaten Kediri.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Syarat pengajuan peminjaman mudah.</li> <li>- Nama produk berbeda dengan yang lain.</li> <li>- Dana cepat cair dibandingkan dengan para kompetitornya.</li> </ul>	<p>Kabupaten Kediri.</p>	<p>Kabupaten Kediri.</p>	
<p><b>Weakness (Kelemahan)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten Instagram tidak tertata dengan baik.</li> <li>- Jarang menggunakan fitur <i>stories</i> pada akun Instagramnya.</li> <li>- <i>Reels</i> masih belum memiliki kesan promosi yang kuat.</li> <li>- Promosi yang diandalkan masih secara <i>door to door</i> dan mulut ke mulut.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten Instagram tidak tertata dengan baik.</li> <li>- Jarang menggunakan fitur <i>stories</i> pada akun Instagramnya</li> <li>- <i>Reels</i> masih belum memiliki kesan promosi yang kuat.</li> <li>- Promosi yang diandalkan masih secara <i>door to door</i> dan mulut ke mulut.</li> <li>- Bunga bank besar dibandingkan kompetitornya.</li> <li>- Dana sukar cair dibandingkan dengan para</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten Instagram tidak tertata dengan baik.</li> <li>- Jarang menggunakan fitur <i>stories</i> pada akun Instagramnya</li> <li>- <i>Reels</i> masih belum memiliki kesan promosi yang kuat.</li> <li>- Promosi yang diandalkan masih secara <i>door to door</i> dan mulut ke mulut.</li> <li>- Bunga bank besar dibandingkan kompetitornya.</li> <li>- Dana sukar cair dibandingkan dengan para</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten Instagram tidak tertata dengan baik.</li> <li>- Jarang menggunakan fitur <i>stories</i> pada akun Instagramnya</li> <li>- <i>Reels</i> masih belum memiliki kesan promosi yang kuat.</li> <li>- Promosi yang diandalkan masih secara <i>door to door</i> dan mulut ke mulut.</li> <li>- Bunga bank besar dibandingkan kompetitornya.</li> <li>- Dana sukar cair dibandingkan</li> </ul>

		kompetitiorn ya.	kompetitiorn ya.	dengan para kompetitiorn ya.
<b><i>Opportunities</i></b> <b>(Peluang)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan strategi promosi dengan memanfaatkan konten Instagram yang didalamnya berisikan konten-konten secara kreatif, dan informatif.</li> <li>- Pelaku UMKM membutuhkan pinjaman dana untuk menghidupi usahanya.</li> <li>- Nasabah dan calon nasabah mudah menemui kantor BPR Artha Pamenang.</li> <li>- Nasabah dan calon nasabah tidak disulitkan dengan syarat pengajuan peminjaman.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan strategi promosi dengan memanfaatkan konten Instagram yang didalamnya berisikan konten-konten secara kreatif, dan informatif.</li> <li>- Pelaku UMKM membutuhkan pinjaman dana untuk menghidupi usahanya.</li> <li>- Dapat menggaet calon nasabah melalui visual website yang menarik dan informatif.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan strategi promosi dengan memanfaatkan konten Instagram yang didalamnya berisikan konten-konten secara kreatif, dan informatif.</li> <li>- Pelaku UMKM membutuhkan pinjaman dana untuk menghidupi usahanya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan strategi promosi dengan memanfaatkan konten Instagram yang didalamnya berisikan konten-konten secara kreatif, dan informatif.</li> <li>- Pelaku UMKM membutuhkan pinjaman dana untuk menghidupi usahanya.</li> </ul>

<b>Threats (Ancaman)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan ketat antar BPR dari daerah lain.</li> <li>- Banyak instansi BPR yang sudah menerapkan penggunaan strategi visual yang baik pada media sosial Instagram.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan ketat antar BPR sederhana dan daerah lain.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan ketat antar BPR sederhana dan daerah lain.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan ketat antar BPR sederhana dan daerah lain.</li> </ul>
------------------------------	---	---	---	---

**Tabel 3. 1** Analisis SWOT  
Sumber : Dokumen pribadi

### 3.3.2 Unique Selling Proposition (USP)

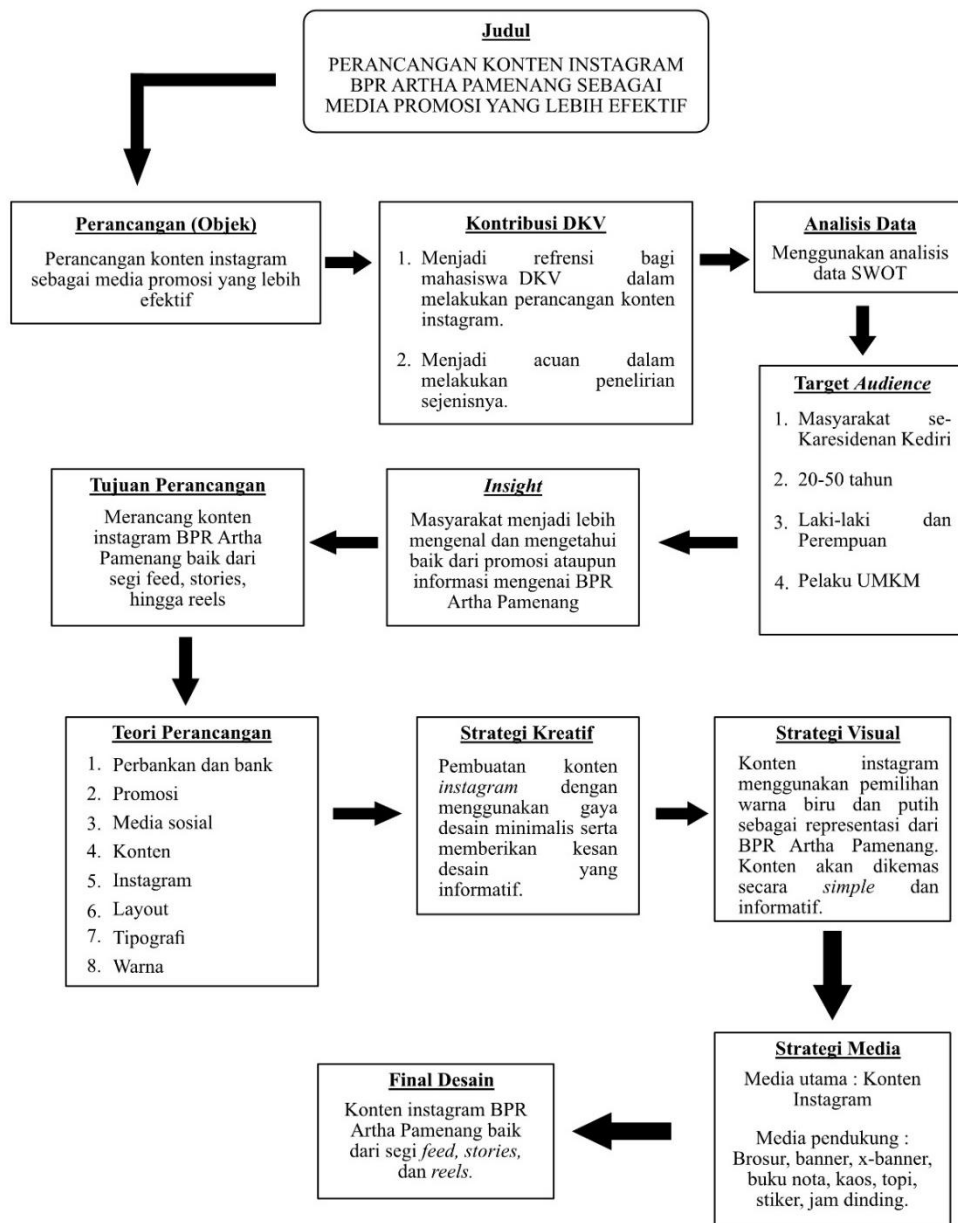
*Unique Selling Proposition* atau disingkat menjadi USP merupakan suatu pendekatan kreatif yang sangat vital pada strategi promosi saat ini, yaitu dengan menentukan keunikan sebagai pembeda dengan para kompetitornya yang sejenis sebagai upaya mengkomunikasikan identitas *brand*, yang pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi *brand* [40]. USP pada sebuah bisnis harus ditonjolkan untuk dijadikan kunci promosi serta menjadi pembeda dari bisnis lainnya yang sejenis. USP yang dimiliki oleh BPR Artha Pamenang adalah BPR dengan bunga pokok terendah didaerahnya, yaitu memberikan bunga pokok bank hanya sebesar 1,25%.

### 3.3.3 Positioning

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller, *positioning* ialah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan agar mendapatkan tempat khusus dalam pikiran pasar sasaran. *Positioning* memiliki tujuan untuk menempatkan suatu merek ke dalam ingatan konsumen guna memaksimalkan manfaat potensial bagi perusahaan [41]. Oleh karena ini *positioning* pada suatu bisnis harus ditentukan dengan baik agar dapat lebih unggul daripada kompetitor lainnya. *Positioning* dalam perancangan ini akan menempatkan BPR Artha Pamenang menjadi

satu-satunya BPR terbesar se-Kabupaten Kediri serta menjadi satu-satunya BPR yang memberikan bunga bank relatif kecil di Kabupaten Kediri.

### 3.4 Kerangka Penelitian



**Tabel 3. 2 Analisis SWOT**  
Sumber : Dokumentasi pribadi



### 3.5 Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Bulan									
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Pencarian topik dan fenomena										
2	Penentuan judul penelitian										
3	Pengumpulan data										
4	Penyusunan proposal										
5	Pengajuan Proposal										
6	Sidang seminar proposal										
7	Revisi proposal										
8	Ide perancangan										
9	Visualisasi karya										
10	Sidang TA										
11.	Pameran TA										

**Tabel 3. 3** Analisis SWOT  
 Sumber : Dokumentasi Pribadi